ATA DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA ANÁLISE DOS RECURSOS APRESENTADOS NA CONCORRÊNCIA Nº 001/2019

Aos 12 dias do mês de agosto de 2019, às 15 horas, a Subcomissão Técnica sorteada para julgamento das propostas técnicas apresentadas na concorrência nº 001/2019 decidiu sobre os recursos interpostos pelas empresas Cannes Publicidade Ltda, Mancini Comunicação e Marketing Eirele e Bees Publicidade Comunicação e Marketing Ltda, nos quais as recorrentes pleiteiam a anulação do certame, bem como a reavaliação de suas notas visando uma melhor classificação de suas propostas técnicas e ainda revisão de notas das recorridas para baixo.

1- DO RECURSO DA CANNES PUBLICIDADE LTDA

As recorridas Casa Brasil, Ful Propaganda e Stylus Propaganda apresentaram contrarrazões ao recurso, contrapondo as alegações da recorrente pugnando ao final para que não seja dado provimento ao mesmo.

1.1 – Do alegado ferimento ao princípio da isonomia

A Cannes Publicidade alega em seu recurso que o certame encontra-se com vícios que leva à sua nulidade, tendo em vista que após a entrega das propostas técnicas, mais precisamente no dia 21.03.2019, foi publicada uma mensagem no jornal O Popular onde supostamente indicava as três agências vencedoras do certame e que em razão disso o certame deve ser anulado. Alega ainda a Cannes que na ata da subcomissão teria acolhido exigências alheias ao edital pelo simples fato de constar na ata o seguinte texto: *"a subcomissão engendrou esforços no sentido de acolher não só as exigências definidas no edital, mas, prezando pelo interesse da administração, pelas propostas mais vantajosas..."*

A subcomissão técnica obedeceu rigorosamente o § 1º do art. 11 da Lei 12.232/2010, que estabelece que os membros da subcomissão técnica não podem estar presentes na sessão de recebimento e abertura das propostas técnicas e de preço.

Recebi em 12/08/2019 às 15:23h

De outro lado, o Edital também previu em seu subitem 4.1.4 que "Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços." Somente no dia 15 de abril de 2019, depois de superada a fase de recursos contra abertura da licitação, a subcomissão técnica teve acesso ao conteúdo das propostas do envelope: INVÓLUCRO N.1 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, conforme se verifica na ata em anexo.

Ademais, o procedimento licitatório ainda está em andamento e, em que pese à publicação da subcomissão técnica com as notas de cada Agência terem sido realizadas, há ainda que se verificar a segunda parte do certame, que é a abertura dos envelopes de preço na qual a subcomissão ténica não é participante. Portanto, neste momento, não há definição sobre os vencedores deste certame.

Dessa forma, não havia nenhuma possibilidade desta Subcomissão Técnica ter tido conhecimento prévio de autoria das propostas técnicas para direcionar o seu julgamento.

Verifica-se, portanto, que esta subcomissão técnica cumpriu fielmente as regras da legislação e do edital, não havendo que se falar, nem sequer supor um eventual direcionamento no julgamento, uma vez que as alegações da recorrente não são suficientes para modificar a avaliação feita pela subcomissão.

Eventual anulação do certame por conluio ou direcionamento do julgamento somente poderá ocorrer se houver provas inequívocas do suposto conluio e/ou de conhecimento prévio de autoria que pudesse eventualmente beneficiar algum licitante, o que não ocorreu.

Em relação ao texto da ata da subcomissão, não há qualquer irregularidade ou indícios de que a subcomissão técnica tenha se desviado de sua finalidade, que era de julgar as propostas de acordo com as regras estabelecidas no edital. Importante salientar que o trabalho feito pela subcomissão é de natureza intelectual, onde avalia um material composto de textos e artes. Por se tratar de avaliação de um trabalho de natureza intelectual, jamais haverá unanimidade no julgamento e a subcomissão técnica não utilizou nenhum critério estranho ao edital para avaliação das propostas. Os esforços engendrados pela

subcomissão técnica para avaliar as propostas técnicas foram realizados exatamente dentro dos critérios previamente estabelecidos no edital de forma clara e objetiva, razão pela qual não procedem as alegações da Cannes Publicidade.

1.2 Recontagem de Pontuação

1.2.1 – Capacidade de Atendimento

A recorrente Cannes Publicidade requer a reavaliação de sua pontuação no quesito Capacidade de Atendimento alegando que sua nota não foi compatível com a sua estrutura física, equipamentos, equipe de atendimento e rol de clientes. Apresenta quadro comparativo com as melhores classificadas no quesito e demonstra possuir no geral uma estrutura de atendimento, equipamentos e de pessoal superior aos dos concorrentes.

A subcomissão técnica, ao analisar os questionamentos da Cannes, entendeu que a mesma tem parcial razão no seu questionamento, razão pela qual os membros da subcomissão técnica na reavaliação do quesito atribuiu as seguintes pontuações: 1º membro: 14,5; 2º Membro: 14,5; 3º membro: 14,5, resultando numa nota final do quesito em 14,5 pontos.

1.2.2 Recontagem de Pontuação – Diferença Superior a 20%

A recorrente Cannes alega que houve diferenças superiores a 20% (vinte por cento) nas avaliações de quesitos ou subquesitos entre a maior e menor pontuação de todas as licitantes e requer a reavaliação para que se faça o devido ajuste.

Realmente o edital prevê em seu item 7.3.2.1 que "*a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital*".

Ocorre que a recorrente equivoca-se na interpretação do referido dispositivo, uma vez que esta diferença não deve ser observada no resultado final entre as licitantes, **mas apenas em relação à avaliação de um determinado quesito de cada licitante** para que não haja discrepâncias entre as notas e mantenha-

se uma equalização das avaliações, e essa paridade foi plenamente observada pela subcomissão.

Na linha de raciocínio da recorrente, o resultado final da avaliação das propostas técnicas seria sempre igual ou menor que 20% (vinte por cento) entre a maior e menor pontuação da nota final de todas as propostas técnicas, não sendo, portanto, o espirito da lei.

Assim sendo, não merece acatamento o pleito da recorrente Cannes Publicidade.

1.2.3 – Reavaliação Capacidade de Atendimento e Estratégia de Mídia e Não Mídia

A recorrente requer que seja reavaliada a pontuação das recorridas Full Propaganda e Casa Brasil por apresentar em suas propostas técnicas serviços que não possuem (IBOPE).

Ocorre **que o Edital não exige** que a licitante já tenha o serviço contratado para oferecer ao contratante. Diz o edital na alínea 'f' do item 7.2.2: *" A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante* ***colocará*** *regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato".*

Por óbvio que na proposta técnica a licitante indicará o que disponibilizará à contratante caso venha a ser uma das vencedoras do certame. Dessa forma não é condição de já ter o serviço contratado para ofertar. O termo 'colocará' indica que é uma condição futura, sem a necessidade de comprovar a existência no ato da apresentação da proposta. E mais, caso a licitante venha ser vencedora do certame, a mesma deverá cumprir integralmente o que propôs na sua proposta técnica e de preços, sob pena de ser penalizada na execução do contrato.

Dessa forma, não merece acatamento da Recorrente Cannes Publicidade para alteração da nota das recorridas Full Propaganda e Casa Brasil relativo a Capacidade de Atendimento e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

1.2.4 – Inobservância do item 6.3.4.3 pela Stylus Propaganda

A recorrente Cannes Propaganda Ltda alega em sua peça recursal que Styllus teria descumprido o edital por ter apresentado na sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, mídias que supostamente não atuem com tabela de preços, descumprindo assim o item 6.3.4.3 do edital, requerendo de consequência a sua desclassificação do certame.

A subcomissão técnica entendeu que a agência Styllus se preocupou em atender o item 1.2.1 alínea b do edital, propondo uma comunicação inovadora e a expansão da mensagem, em consonância com as novas tecnologias sem desrespeitar o item 6.3.4.3 alínea d, pois os veículos apresentaram tabelas de preço, conforme se verifica nas contrarrazões apresentadas pela empresa. Portanto, não há que se falar em qualquer irregularidade.

Apenas para elucidar, caso a licitante tivesse apresentado uma mídia em desacordo com o Edital, tal fato não seria motivo para desclassificação e seria avaliado no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Pelas razões acima, a subcomissão entende que o recurso da Cannes deve ser dado apenas PROVIMENTO PARCIAL em relação a sua pontuação no quesito Capacidade de Atendimento como decidido no item 1.2.1.

2- DO RECURSO DA MANCINI COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI

A Recorrente Mancini Comunicação interpôs recurso alando um suposto descumprimento das regras do edital pela subcomissão técnica, que supostamente teria utilizado critério subjetivo no julgamento das proposta técnicas ferindo assim o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, bem como a revisão de sua avaliação no quesito ideia criativa pelo fato de que os membros da subcomissão técnica não observaram o percentual de 20% (vinte por cento) entre a maior e menor nota. Requer ainda a reavaliação de sua pontuação no quesito Capacidade de Atendimento por entender que merece ser melhor avaliado.

A Casa Brasil e Full Propaganda apresentaram contrarrazões ao recurso da Mancini Comunicação, rebatendo suas alegações pugnando pelo não provimento do recurso. Alegou ainda que nova reavaliação da nota da ideia

criativa após o conhecimento de autoria fere o principio da isonomia, pois estar-se-ia avaliando um quesito com conhecimento prévio de autoria, o que a lei veda.

2.1 Do Suposto Descumprimento da Subcomissão em Relação ao Princípio da Isonomia

A recorrente alega que a subcomissão técnica teria ferido o princípio da isonomia e utilizado critérios estranhos ao edital para avaliar as propostas técnicas pelo simples fato de a Subcomissão ter mencionado na Ata o seguinte texto:

Dando início aos trabalhos foram avaliados todos os itens que compõe cada proposta em consonância com o Edital. Todavia, para função de apreciar e mensurar o conteúdo das propostas a subcomissão engendrou esforços ***no sentido acolher não só as exigências definidas no edital,*** *mas prezando pelo interesse da Administração, pelas propostas mais vantajosas observada a melhor técnica, pela interpretação técnica intelectual razoável quanto à forma, para evitar que estas sejam vistas como fim em si mesmo,* ***resguardando o princípio da isonomia.*** (ortografia original - grifo nosso)

O texto acima que compõe a ata da subcomissão técnica foi redigido somente após a conclusão da avaliação das propostas técnicas das licitantes.

Não há nenhuma irregularidade ou indícios de que a subcomissão técnica tenha se desviado de sua finalidade, que era de julgar as propostas de acordo com as regras estabelecidas no edital. Aliás, a recorrente utiliza o texto acima como se tivesse havido um verdadeiro festival de irregularidades na avaliação feita pela subcomissão técnica, porém não aponta nenhuma irregularidade ou desvio que possa dar azo as suas alegações. São meras alegações sem prova ou evidências concretas.

Importante salientar que o trabalho feito pela subcomissão técnica é de natureza intelectual de cada membro, onde avalia um material composto de

textos e artes. Por se tratar de avaliação de um trabalho de natureza intelectual jamais haverá unanimidade no julgamento. Na alegação, a recorrente entende que a subcomissão técnica avaliou critérios que ultrapassam aos limites expostos no edital. Contudo, tal entendimento não merece prosperar, tendo em vista que o que se quis dizer é que os critérios do próprio edital foram definidos com base naquilo que se entendia como mais vantajoso para Administração Pública, ou seja, de acordo com o interesse da Administração.

Os esforços engendrados pela subcomissão técnica para avaliar as propostas técnicas foram realizados exatamente dentro dos critérios previamente estabelecidos no edital de forma clara e objetiva, razão pela qual não procedem as alegações da Mancini Comunicação.

2.2 Da Inobservância do Inciso VII do art. 6º da Lei 12.232/2010, Item 7.3.2.1 do Edital

Alega a recorrente que a subcomissão técnica não observou o limite de 20% entre a maior e menor nota dos membros da subcomissão na avaliação do quesito Ideia Criativa e que tal fato leva a reavaliação do quesito.

Com parcial razão a recorrente. O Edital e o inciso VII do art. 6º Lei 12.232/2010 prevê que a subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte porcento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no instrumento convocatório.

Ocorre que nem o edital e tão pouco a lei, determina de forma taxativa que seja reavaliada a nota do licitante quando ocorre uma avaliação com diferença superior a 20% (vinte por cento) do quesito.

O inciso VII do art. 6º deve ser lido juntamente com o § 1º do art. 10, que cria uma a subcomissão para apreciação das propostas técnicas.

Pela disposição do inciso VII quando houvesse uma nota discrepante entre os membros, deveriam reavaliar tal pontuação quando esta for superior a 20% da pontuação máxima do quesito, o que seria um realinhamento do equilíbrio das

pontuações atribuídas; significa, entretanto, na prática, um processo de equalização das avaliações para repensar as notas muito discrepantes.

Ocorre que o § 1º do art. 6º da Lei 12.232/2010, previu uma solução quando os membros da subcomissão técnica não chegassem a um consenso dentro do limite tolerável. Vejamos:

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

Caso esta subcomissão faça a reavaliação da proposta técnica da recorrente relativo ao subquesito Ideia Criativa após já ter tido conhecimento da autoria com vistas à equalização das notas entre os membros, estar-se-ia ferindo de morte o princípio da isonomia.

Assim como base no § 1º do art. 6º da Lei 122.232/2010, a subcomissão mantem a avaliação do quesito Ideia Criativa da recorrente, juntando as devidas justificativa que levaram a essa decisão que fazem parte integrante desta ata:

Justificativa membro 1 (menor nota): A nota foi atribuída em razão da falta de sensibilidade em atingir públicos diversos, pois focou em estereótipos, a exemplo da música sertaneja utilizada na campanha, o que agrada apenas um nicho específico e não gera empatia em outros públicos, o que no entender da avaliadora foi motivo da pontuação dada.

Justificativa membro 2 (maior nota): A nota foi atribuída por acreditar que a musica sertaneja utilizada, por ter sido repaginada, cria simpatia do público em geral.

Desta maneira, mesmo com a diferença da menor e maior nota sendo superior a 20% (vinte por cento), a subcomissão técnica agiu dentro dos moldes previsto no instrumento convocatório diante da situação apresentada.

Pelas razões acima expostas, a subcomissão entende que deve ser negado provimento ao recurso da Mancini Comunicação.

2.3- Da Reavaliação da Capacidade de Atendimento

A recorrente requer a reavaliação de sua pontuação na Capacidade de Atendimento sob a alegação de possui mais de 24 anos de experiência no mercado, possui amplas e confortáveis instalações e conta com equipe extremamente qualificada, prestando serviços para grandes empresas, inclusive para própria Prefeitura de Goiânia, requerendo, ao final, a majoração de sua nota.

A recorrente Mancini Comunicação aponta sua insatisfação com a nota obtida no quesito Capacidade de Atendimento, sem, no entanto, apontar ou indicar qualquer erro de avaliação da subcomissão técnica que pudesse macular a análise de sua proposta técnica.

A subcomissão técnica informa que a análise das propostas técnicas obedeceu aos critérios objetivos constantes no edital.

Vale ressaltar que o Quesito Capacidade de Atendimento possui 06 (seis) subquesitos que foram levados em consideração na análise e julgamento, não havendo, portanto, nenhuma irregularidade no julgamento, razão pela qual a subcomissão ratifica a avaliação e mantem inalterada a pontuação da recorrente neste quesito.

Por fim, a subcomissão entende que deve ser negado provimento ao recurso da Mancini Comunicação.

3- DO RECURSO DA BEES PUBLICIDADE COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

A recorrente apresenta recurso demonstrando insatisfação com as notas obtidas na sua proposta técnica, bem como de outras licitantes, requerendo a revisão das notas das licitantes concorrentes para menos e consequentemente aumentando a sua pontuação em vários quesitos.

Tece alguns comentários sobre o princípio da isonomia e a vinculação ao instrumento convocatório.

As recorridas CASA BRASIL e FULL PROPAGANDA apresentaram contrarrazões pugnando pelo não provimento do recurso.

3.1 – Da Proposta Técnica da Casa Brasil – Estratégia de Mídia e Não Mídia

A recorrente alega que a Casa Brasil não teria feito a defesa das alíneas 'a', a 'c' do item 7.2.1.4 que trata dos hábitos de consumo e que de consequência deveria ter sua pontuação reduzida em 05 pontos, equivalentes a média de cada subquesito, considerando a nota total do quesito divido pela quantidade de subquesitos.

A recorrida Casa Brasil apresentou contrarrazões alegando ter cumprido o edital requerendo a manutenção de sua pontuação.

A comissão técnica entende que a Agência Casa Brasil cumpriu o que estabelece o Edital com relação aos hábitos de consumo, conforme os trechos a seguir extraídos da proposta apresentada:

> "Ao considerar os meios de maior alcance decidimos incluir o meio de TV com investimento em veiculação em canais aberto e fechado, contemplando uma diversidade de gênero e horários para ampliar a cobertura da campanha."
>
> (...)
>
> "O meio jornal também foi escolhido por ser uma ferramenta de grande alcance... Programamos então a publicação de anúncio na ocasião do lançamento da campanha nos dois principais jornais de Goiânia, sendo um para formadores de opinião, e o outro no segmento popular."

Os fragmentos supramencionados foram retirados da proposta técnica da Agência Casa Brasil e demonstram, de forma clara e evidente, que a licitante cumpriu o Edital e abordou o tema "hábitos de consumo" no momento em que se especifica em sua "Estratégia de mídia" o público alvo, seus hábitos e costumes, sugerindo os meios de comunicação de maior cobertura, horários, gêneros de programações para maior alcance.

Analisando o recurso da Bees bem como as contrarrazões da Casa Brasil e a pontuação obtida pela mesma, verifica-se que não há qualquer irregularidade na avalição, ficando mantida a pontuação da Casa Brasil.

3.2 Ideia Criativa – Proposta da Recorrente

Alega a recorrente que a pontuação das quatro primeiras colocadas ficou muito próxima, no entanto, entende que sua pontuação destoou das demais e requer a revisão de sua pontuação no quesito Ideia Criativa. Alega ainda que a pontuação do 1º membro da subcomissão que atribuiu nota a recorrente de 16,5, destoou dos outros dois membros que atribuiu notas 18,69 e 18,45.

Alega ainda que houve grande distorção na avaliação dos membros da subcomissão, indicando como referência a nota da licitante Mancini no quesito ideia criativa.

A recorrente apresenta uma tabela de pontuação com valores que não fazem parte do anexo III – Notas da Proposta Técnica, onde constam as notas individualizadas de cada membro da subcomissão técnica. No entanto, tais pontuações não constam da referida planilha que faz parte do processo licitatório e o que deve ser considerado é a nota final de cada membro constante da planilha Anexo III parte integrante Ata da Sessão realizado no dia 18/06/2019 com as respectivas notas finais de cada um dos membros.

Alega ainda que de acordo com a planilha juntada pela recorrente houve distorções das notas entre os membros da subcomissão em percentual acima de 20%, aos moldes do que ocorreu com a licitante Mancini, e que em razão da discrepância, sua nota deve ser reavaliada.

Sem razão a recorrente. De acordo com o Anexo III da Ata da Sessão Publica de Julgamento das Propostas Técnicas datada de 18/06/2019, não existe divergência de notas no quesito Ideia Criativa superior a 20% como alega a recorrente. Dessa forma, o que deve ser observado é a nota final de cada membro para determinado quesito avaliado.

As notas da recorrente no referido quesito foram: 16.50, 18.69 e 18.45. A nota máxima atribuída ao quesito foi de 20 pontos. Fazendo uma conta simples, 20% de 25 é igual a 4. Dessa forma, as notas atribuídas ao quesito Ideia Criativa da Bees encontram-se em plena consonância com o Edital, pois a diferença entre a maior e a menor nota foi de 2,19 pontos, enquanto o edital permitiu diferença de até 4 pontos entre a maior e a menor nota para este quesito.

Dessa forma, após análise da subcomissão, esta entende que a pontuação da recorrente no quesito Ideia Criativa encontra-se plenamente compatível com sua proposta, não havendo divergência de pontuação acima do permitido no edital, razão pela qual o pleito da recorrente não merece prosperar.

Em relação à questão da MANCINI apontada pela recorrente, o fato já foi objeto de análise no item 2.2 acima, não merecendo nova análise.

3.3 – Da Capacidade de Atendimento da Bees

A recorrente apresenta seu recurso com inconformismo pela nota obtida neste quesito, dizendo em suma que a subcomissão técnica teria dado o mesmo peso aos subquesitos, enquanto alguns possuem mais relevância do que os outros.

Alega ainda possuir melhor capacidade de atendimento do que a Ful Propaganda, porém em alguns subquesitos teve notas inferiores e em outros pouco superior.

Requer ao final que sejam reavaliadas as notas do subquesito das licitantes classificadas a fim de manter uma melhor paridade entre as licitantes com sua respectiva capacidade de atendimento.

De uma simples análise da nota obtida pela recorrente que foi de 12,87 e comparando a nota obtida pela Full Propaganda que foi de 12,63 verifica-se que a nota final da recorrente foi superior a da Full Propaganda, razão pela qual não prosperam as suas alegações.

A subcomissão, ao atribuir as notas às propostas técnicas, as fez em observância as regras expressas no edital que possui critérios objetivos de julgamento. Obviamente, em razão de a subcomissão estar avaliando um trabalho intelectual e artístico, na maioria das vezes o resultado do julgamento nem sempre é unânime e agrada aos avaliados. No entanto, a paridade entre as notas finais de cada quesito ou subquesito foi plenamente observado por esta subcomissão.

Pelas razões acima, a subcomissão técnica entende que deve ser NEGADO PROVIMENTO ao recurso da recorrente Bees Publicidade.

4- CONCLUSÃO

Após análise dos recursos bem como das contrarrazões, e ainda revendo as notas atribuídas as recorrentes e recorridas, esta subcomissão, como exceção da nota da Cannes Publicidade na Capacidade de Atendimento, entende que deve ser mantida as demais pontuações já atribuídas aos licitantes, tendo em vista a observância aos critérios de julgamento estabelecidos no edital, **e no mérito seja DADO PROVIMENTO PARCIAL ao Recurso da Cannes Publicidade e NEGADO PROVIMENTO aos recursos da MANCINE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI e BEES PUBLICIDADE COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA** tendo em vista a fundamentação acima exposta.

Por fim, a subcomissão técnica repudia qualquer situação de conluio, irregularidade ou má fé no julgamento efetivado pela mesma, até porque, trata-se de um serviço voluntário, que não visa vantagem indevida para si ou para outrem, apenas avaliação das propostas através de questões técnicas. Ademais, cabe enfatizar que os voluntários, ao colocarem seus respectivos nomes para integrar um trabalho dentro de uma subcomissão técnica, visam ampliar seus conhecimentos, agregar seu currículo profissional e obter o certificado nos moldes do edital de chamamento (item 5.3 e 5.4).

Retornem-se os autos a Comissão Permanente de Licitação para as demais providências.

Ludimila Rodrigues de Carvalho

Kárita Marra Cunha

Valéria Fernanda da Silva Almeida

EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº001/2019 – SEMAD
ATA DE REUNIÃO

Aos 15 dias do mês de abril de 2019, às 15:00h reuniu-se na sala de Licitações da secretaria Municipal de Administração da Prefeitura de Goiânia, situada à Avenida do Cerrado, nº 999, Bloco "B", Térreo, Parque Lozandes, Paço Municipal, nesta Capital, a subcomissão integrante da Comissão Geral de Licitação, constituída pela Portaria nº 0949/2018 e Decreto Municipal nº 1.106/2018, para na forma do **Processo nº 75565780/2018, Edital de Concorrência Pública nº 001/2019,** da Lei 12.232/2010, subsidiariamente nas Leis nº 4.680/1965 e 8.666/93, dar sequência aos trabalhos licitatórios cujo objeto é a seleção das melhores propostas técnicas, que possibilite, **a contratação de 03 (três) agências de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e divulgação dos programas, ações e campanhas institucionais dos órgãos de administração direta e indireta do Município de Goiânia, conforme condições e especificações estabelecidas no Edital e seus anexos**. Superada legalmente a fase recursal e mantendo o andamento processual em seu curso normal, a Comissão Geral de Licitação oficializa no presente momento o ato de entrega dos envelopes contendo a **PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ENVELOPE Nº 01)** em atendimento ao disposto no item 4.2.6 do edital supracitado, notadamente, *"a) Encaminhamento, pela Comissão Geral de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária; b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital; e, c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Geral de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;"* sendo entregue a **Subcomissão Técnica** a quantidade de 20 (vinte) envelopes, todos na forma originalmente entregue na sessão de abertura dos trabalhos licitatórios, ou seja, sem nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE Nº 01), bem como não foi identificado qualquer forma de identificação dos mesmos. A Comissão Geral de Licitação somente encaminhará a **PROPOSTA TÉCNICA**

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (ENVELOPE Nº 03) para **Subcomissão Técnica**, após esta ter analisado, julgado e formalizado oficialmente a entrega à Comissão Geral de Licitação do conteúdo do envelope **PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ENVELOPE Nº 01)**, conforme previsto no item 4.2.6, do edital, alínea "d) Somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Geral de Licitação à **Subcomissão Técnica**, dos Invólucros nº3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;". Nada mais havendo a relatar foi encerrada a sessão com a lavratura desta ata que, após lida e achada conforme, vai assinada pelos membros da **Comissão Geral de Licitação** e membros da **Subcomissão Técnica**. Esta ata será publicada no site: www.goiania.go.gov.br, imprensa oficial e afixada no mural desta Comissão para conhecimento dos interessados e para que surta os efeitos de publicação conforme determina a lei.

COMISSÃO GERAL DE LICITAÇÃO

Fabiana Cardoso Paulo – Membro	
Rosa Maria Barros da Silva – Membro	
Talita Alves Tavares – Membro	
Rafael Cintra Magalhães – Membro	
Paulo Roberto Silva – Membro	
Marcela Araujo Teixeira - Presidente	

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Ludmila Rodrigues de Carvalho – Membro	
Valéria F. da Silva Almeida – Membro	
Kárita Marra Cunha – Membro	

www.goiania.go.gov.br

FICHA DE JULGAMENTO TÉCNICO DOS QUESITOS E SUBQUESITOS DO INVÓLUCRO Nº 1 - SUBCOMISSÃO TÉCINA CONCORRÊNCIA Nº 001/2019				
Agência: Connes Publicidade				
Quesito	**Pontuação Máxima**	**Critério Objetivo**	**Avaliação**	**Pontuação**
Capacidade de Atendimento (A)	15	A1) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços do mercado;	2,5	
		A2) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	2,5	
		A3) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;	2,5	
		A4) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;	2,4	14,5
		A5) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e licitante, esquematizado na proposta;	2,3	
		A6) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE , sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	2,3	
Repertório (B)	10	B1) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;	2,5	
		B2) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	2,5	7,5
		B3) A clareza da exposição das informações prestadas;	2,5	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (C)	10	C1) A evidência de planejamento publicitário;	2,4	
		C2) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	2,4	9,6
		C3) A relevância dos resultados apresentados;	2,4	
		C4) A concatenação lógica da exposição.	2,4	
TOTAL	35		TOTAL	31,60
Membro da Subcomissão Técnica: Ludimila Rodrigues de Carvalho			Assinatura:	

Obs: Para efeito de aferição da nota de cada subquesito os membros da Subcomissão Técnica utilizarão para cada critério objetivo a seguinte pontuação máxima:

Capacidade de Atendimento (A)	2,5
Repertório (B)	3,3
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (C)	2,5

FICHA DE JULGAMENTO TÉCNICO DOS QUESITOS E SUBQUESITOS DO INVÓLUCRO Nº 1 - SUBCOMISSÃO TÉCINA CONCORRÊNCIA N° 001/2019				
Campanha: Cannes Publicidade				
Quesito	**Pontuação Máxima**	**Critério Objetivo**	**Avaliação**	**Pontuação**
Capacidade de Atendimento (A)	15	A1) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços do mercado;	2,50	
		A2) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	2,50	
		A3) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;	2,50	14,50
		A4) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;	2,40	
		A5) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e licitante, esquematizado na proposta;	2,30	
		A6) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE , sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	2,30	
Repertório (B)	10	B1) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;	2,50	7,50
		B2) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	2,50	
		B3) A clareza da exposição das informações prestadas;	2,50	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (C)	10	C1) A evidência de planejamento publicitário;	2,40	
		C2) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	2,40	9,40
		C3) A relevância dos resultados apresentados;	2,30	
		C4) A concatenação lógica da exposição.	2,30	
TOTAL	35		TOTAL	31,40
Membro da Subcomissão Técnica: Kárita Marra Cunha			Assinatura:	

Obs: Para efeito de aferição da nota de cada subquesito os membros da Subcomissão Técnica utilizarão para cada critério objetivo a seguinte pontuação máxima:

Capacidade de Atendimento (A)	2,5
Repertório (B)	3,3
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (C)	2,5

FICHA DE JULGAMENTO TÉCNICO DOS QUESITOS E SUBQUESITOS DO INVÓLUCRO Nº 1 - SUBCOMISSÃO TÉCINA CONCORRÊNCIA N° 001/2019				
Agência: Cannes Publicidade				
Quesito	**Pontuação Máxima**	**Critério Objetivo**	**Avaliação**	**Pontuação**
Capacidade de Atendimento (A)	15	A1) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços do mercado;	2,5	
		A2) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	2,5	
		A3) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;	2,5	
		A4) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;	2,4	
		A5) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e licitante, esquematizado na proposta;	2,3	14,5
		A6) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE , sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	2,3	
Repertório (B)	10	B1) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;	2,0	
		B2) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	2,5	7,5
		B3) A clareza da exposição das informações prestadas;	3,0	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (C)	10	C1) A evidência de planejamento publicitário;	2,3	
		C2) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	2,3	
		C3) A relevância dos resultados apresentados;	2,3	9,2
		C4) A concatenação lógica da exposição.	2,3	
TOTAL	35		TOTAL	31,20
		Membro da Subcomissão Técnica: Valeria Fernanda da Silva Almeida	Assinatura:	

Obs: Para efeito de aferição da nota de cada subquesito os membros da Subcomissão Técnica utilizarão para cada critério objetivo a seguinte pontuação máxima:

Capacidade de Atendimento (A)	2,5
Repertório (B)	3,3
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (C)	2,5

CONCORRÊNCIA N°. 001/2019 - PREFEITURA MUNICIPAL DE GOIÂNIA
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - IDENTIFICADA

AGÊNCIA	Cannes Publicidade

			Notas da subcomissão				Classificação				
Quesito	**Pontuação máxima**	**20%**	**1**	**2**	**3**	**Nota do quesito**	**Ruim**	**Regular**	**Bom**	**Muito Bom**	**Ótimo**
Capacidade de Atendimento	15	3	14,5	14,5	14,5	14,50					X
Repertório	10	2	7,5	7,5	7,5	7,50				X	
Relatos de soluções de problemas de comunicação	10	2	9,6	9,4	9,2	9,40					X
Plano de Comunicação Públicitária	35		31,6	31,4	31,2	31,40	**MÉDIA FINAL**				
Rúbricas da subcomissão											

ITEM A	
Ruim	0 a 3
Regular	3,1 a 6
Bom	6,1 a 9
Muito Bom	9,1 a 12
Ótimo	12,1 a 15

ITEM B - C	
Ruim	0 a 2
Regular	2,1 a 4
Bom	4.1 a 6
Muito Bom	6.1 a 8
Ótimo	8.1 a 10